

Guia de suport

Promoció del producte local de Mallorca

Presentació

Et presentam la **Guia de suport per a la Promoció del producte local de Mallorca**. Un recurs impulsat per l'àrea de Promoció Econòmica del Consell Insular de Mallorca, que posam a disposició de les administracions locals i entitats de Mallorca que vulguin incentivar la promoció i enfortir el producte local del seu municipi i/o territori.

La guia és una eina informativa pensada per exposar tots els aspectes clau necessaris per impulsar actuacions de suport i de promoció del producte local d'una manera clara i pràctica. Una eina per analitzar, planificar i promocionar un producte comercial tan important com és el producte de proximitat de Mallorca.

Es pretén, així, que la persona lectora tengui en aquest document una referència informativa que inclogui tant les eines com les passes necessàries per definir les actuacions, així com informació de context sobre el món del producte local i que hi ha unes bones pràctiques aplicades a la matèria que faciliten la tasca de planificar i dinamitzar.

Els diferents apartats en què s'estructura la guia incorporen tot un seguit de recursos per a la comprensió i l'aprenentatge:

- Conceptes bàsics i definicions que descriuen els principals elements per tenir en compte en l'impuls del producte local.
- Exemples per reflexionar que complementen l'exposició teòrica dels conceptes i en faciliten la comprensió i l'aplicabilitat.
- Apartats de reflexió que conviden el lector a aplicar els coneixements adquirits al seu context concret.
- Un apartat final amb les principals conclusions i aprenentatges que incorpora la guia.

Aquesta guia ha estat elaborada per l'empresa FOCALIZZA, consultoria especialitzada en comerç urbà i desenvolupament local (www.focalizza.com) que l'ha elaborat durant els mesos de març a maig de 2026. L'equip tècnic de l'empresa encarregat de la redacció ha estat format per Núria Armengol i Oriol Cesena.



Presentació



Pilar Amate

**Consellera de Promoció
Econòmica i Desenvolupament
Local del Consell de Mallorca**

Mallorca és territori, tradició, esforç i talent. I bona part d'aquesta identitat es construeix cada dia als nostres camps, obradors, tallers, cooperatives, comerços i mercats, gràcies a les persones que produeixen, elaboren, transformen i ens fan arribar productes de la nostra illa.

El producte local de Mallorca és molt més que un bé de consum. És pagesia, artesanía, gastronomia, paisatge i cultura. És també activitat econòmica, ocupació i oportunitats per als nostres municipis. Apostar pel producte de proximitat és reconèixer la feina de qui manté viu el nostre territori, reforçar el teixit empresarial local i oferir als residents i als visitants una Mallorca autèntica, diferenciada i de qualitat.

Amb aquesta convicció, el Departament de Promoció Econòmica i Desenvolupament Local del Consell de Mallorca ha impulsat aquesta guia com una eina pràctica al servei dels ajuntaments i de totes les entitats que treballen per donar més visibilitat, valor i recorregut comercial al producte illenc.

Aquesta iniciativa és fruit del treball compartit amb els regidors i regidores de Comerç i de Promoció Econòmica dels municipis de Mallorca, en el marc del CAPICMA. Vull agrair-los especialment la implicació, l'experiència de proximitat i la voluntat de sumar esforços. Són els ajuntaments els qui coneixen de primera mà els seus productors, les singularitats de cada poble i les oportunitats que poden convertir-se en nous projectes de desenvolupament local.

La guia ofereix recursos i propostes per identificar i donar suport als productors locals, per millorar-ne la visibilitat; per facilitar la comercialització del producte a través del comerç, la restauració, els mercats i les fires; per fomentar el consum responsable i impulsar espais de coordinació entre administracions, sector productiu, comerç i ciutadania. També posa l'accent en la necessitat d'incorporar eines digitals, reforçar la comunicació i promoure experiències que acostin el producte local als consumidors.

El nostre Departament assumeix amb responsabilitat la tasca de coordinar i acompanyar aquesta iniciativa. Volem continuar sent un aliat dels municipis, generant eines útils, afavorint la cooperació institucional i contribuint a transformar les bones idees en actuacions concretes que tenguin un impacte real sobre l'economia local.

Perquè quan comprem producte de Mallorca, no només adquirim qualitat i proximitat: donam suport als nostres productors, preservam coneixements i oficis, protegim el paisatge i contribuïm a construir una economia més forta, sostenible i arrelada a la nostra terra.

Estic segura que aquesta guia serà una eina útil i inspiradora per continuar avançant, en col·laboració, cap a una Mallorca que reconeix, consumeix i projecta amb orgull el producte local.

Índex

1	Què és i per què té valor el producte local de Mallorca?	6
2	Quin paper hi poden tenir els ajuntament?	9
3	Com identificar i analitzar el producte local del municipi?	12
4	Com podem millorar-ne la visibilitat?	16
5	Com podem millorar-ne la comercialització?	18
6	Quines activitats i esdeveniments ens poden ajudar a impulsar-lo?	19
7	Com fomentar la sensibilització i el consum local?	24
8	Com fomentar la col·laboració entre agents?	26
9	Com impulsar la comunicació digital del producte local?	27
10	Temps d'aprenentatge	31
11	Quadre resum	34

Eines per impulsar el producte local

Què és el producte local, com comercialitzar-lo i com fer-lo més visible

1. Què és i per què té valor el producte local a Mallorca?

Per producte local entenem tots els béns agroalimentaris, artesanals o d'elaboració pròpia que han estat produïts o transformats en el territori de Mallorca. El producte local forma part de la identitat dels municipis mallorquins de manera que es tracta d'un dels vectors més importants per a la seva promoció econòmica i el desenvolupament local.

Les principals característiques dels productes locals són:

- Producció o transformació en el territori insular.
- L'origen, en cas de ser un producte elaborat, de les matèries primeres (com més de proximitat siguin, més local serà el producte final). La vinculació amb recursos locals (terra, matèries primeres, coneixement).
- Escala productiva arrelada al territori (no industrial o deslocalitzada), on es puguin aplicar coneixements o tècniques d'elaboració tradicional.
- Identitat cultural o tradicional arrelada als municipis.

Tipologies principals de producte local a Mallorca



Producte agroalimentari fresc

- Fruita i verdura de temporada, com l'albercoc o la tomàtiga de ramellet
- Carn i productes d'origen ramader
- [Peix i crustacis de l'illa](#), com llagosta, bruixa o l'esparrall



Producte agroalimentari elaborat

- Oli d'oliva verge extra
- Vi i productes vitivinícoles
- Formatges i làctics artesans
- Embotits tradicionals (sobrassada, camaiot, botifarró...)
- Mel, ametlla i derivats
- Conserves i elaborats alimentaris locals



Producte artesanal

- Ceràmica i terrissa tradicional
- Fusta i fibres vegetals
- Tèxtil artesanal

1. Què és i per què té valor el producte local a Mallorca?

A més, Mallorca disposa de denominacions d'origen protegides i indicacions geogràfiques protegides

Indicacions geogràfiques protegides



Les indicacions geogràfiques protegides són, com les DOP, un indicador de l'origen del producte, però amb una major flexibilitat. Així, si només una de les fases del producte es fa en un territori concret (producció, elaboració o transformació) ja es pot considerar d'aquest territori. D'aquesta manera, la dependència de l'entorn és menor. Tot i així, la vinculació a nivell tradicional o històric pot ser també molt forta. En el cas de Mallorca, es disposa de tres IGP, a banda del vi: la sobrassada, l'ensaimada i l'ametlla. En el conjunt de les illes, hi podem també sumar l'oli d'Eivissa i de Menorca. En el cas del vins de la terra, hi trobam el de Mallorca, el de les Illes Balears i el de la Serra de Tramuntana – Costa Nord.

Denominacions d'origen protegit

Es tracta dels productes en què totes les fases productives es fan en un territori determinat: la producció, l'elaboració i la transformació. D'aquesta manera, les pròpies característiques del producte, com serien la qualitat, el sabor, el color o la textura, venen determinats per l'entorn on han estat elaborats. Així, Mallorca disposa de tres DOP, a banda del vi: l'oliva, l'oli i el pebre bord. Si ens fixam en l'arxipèlag balear, hi podem sumar també el formatge de Maó i la mel d'Eivissa. En el cas del vi, Mallorca compta amb la DOP de Binissalem i el de Pla i Llevant.



1. Què és i per què té valor el producte local a Mallorca?

Quins són els
valors que ha de
tenir el
**producte
local
mallorquí?**

A

**Valor
econòmic**

El producte local genera activitat i llocs de treball en el territori, redueix la dependència dels circuits globals i incentiva la resiliència de petits productors i empreses familiars.

B

Valor ambiental

Comprant i produint localment es redueix el transport i les emissions generades per les importacions, al mateix temps que permet mantenir la biodiversitat i els paisatges agraris i rurals.

C

**Valor cultural i
identitari**

El producte local molt sovint s'elabora seguint mètodes tradicionals, mantenint així l'essència de nombrosos antics oficis i conservant trets que han construït la identitat mallorquina.

D

**Creació de
xarxes**

Més enllà d'un sentit de pertinença, els productes fets localment poden incentivar fàcilment una relació directa entre productor i consumidor, així com afavorir la creació de xarxes entre agents de la cadena.

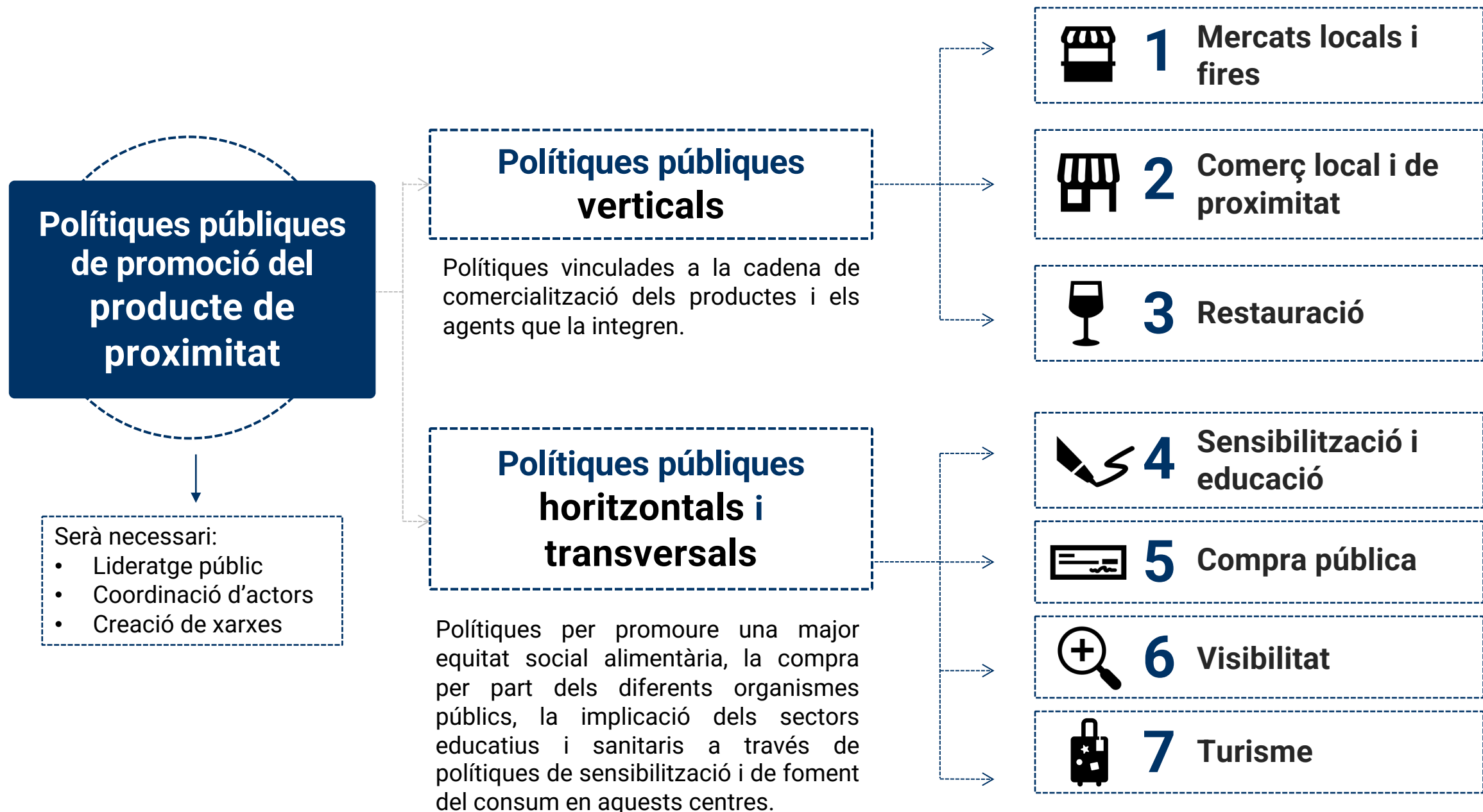
E

Valor turístic

El producte local mallorquí és un atractiu turístic més de l'illa i permet impulsar experiències gastronòmiques i promoure un turisme de major qualitat.

2. Quin paper poden tenir els ajuntaments?

Ara és moment d'endinsar-nos en les polítiques públiques vinculades al foment del territori i del producte local. El gràfic següent és un exemple clar sobre com es classifiquen aquestes polítiques, moltes de les quals veurem en detall en aquesta guia:



2. Quin paper poden tenir els ajuntaments?

Àmbit d'actuació	Descripció	Factors clau d'èxit
 Mercats i fires locals	Consisteix en les polítiques públiques que pretenen fomentar la venda directa dels productes de proximitat, de temporada i ecològics mitjançant els mercats locals, els mercats setmanals i les fires. En aquest sentit, es treballa la relació directa entre els agents del circuit curt alimentari (productors, productors-venedors, venedors, compradors, consumidors,...) en què es posen en valor els productes del territori, així com, sobretot, els agents que els produeixen amb els consumidors finals.	• Vinculació dels agents de la cadena alimentària • Foment del cicle curt i suport als agents locals • Relació directa entre productors i consumidors • Turisme gastronòmic • Tradició i cultura
 Comerç local i de proximitat	La categoria fa referència a totes les actuacions que promoguin el comerç de proximitat en la trama comercial urbana. A més, conté els sistemes o canals de comercialització complementaris a la venda directa i tradicional amb l'ús de les noves tecnologies digitals. Així, destaquen les aplicacions mòbils com a tecnologia per aproximar a la ciutadania els comerços que disposen de productes del territori.	• Suport als agents locals i compromís amb el territori • Foment del teixit comercial «responsable» • Noves tendències comercials • Diferenciació i valor afegit del comerç • Canals de distribució alternatius
 Restauració	La categoria inclou les polítiques públiques que impulsen els productes de proximitat al sector de la restauració, per posar l'oferta local en valor i promoure el territori. En aquest sentit, a tall d'exemple, una actuació per impulsar el producte de proximitat són les jornades informatives i de promoció per al sector.	• Aposta pels productors locals • Conscienciació dels consumidors • Qualitat i diferenciació • Accessibilitat

2. Quin paper poden tenir els ajuntaments mallorquins?

Àmbit d'actuació	Descripció	Factors clau d'èxit
 Sensibilització i educació	Iniciatives que tenen com a objectiu sensibilitzar i educar en el foment d'hàbits alimentaris saludables, la importància de la producció i el consum de productes de proximitat , la conservació del medi ambient i la conscienciació sobre la importància que té l'alimentació en les estructures urbanes i en la societat actual.	• Conscienciació de la ciutadania • Foment del territori • Aprenentatge i experiència • Seguretat alimentària
 Compra pública	La compra pública és clau, fa referència al conjunt de normatives i contractes públics tant a la restauració col·lectiva pública (menjadors escolars, hospitals, centres socials,...) com a tot el que afecta el consum de productes de la pròpia Administració (que prioritza productes de producció de proximitat).	• Benestar de la ciutadania • Promoció econòmica local • Sostenibilitat
 Visibilitat	Des de l'Administració també és possible impulsar una major visibilitat del producte local . Cal impulsar accions que li atorguin reconeixement institucional, crear una marca per comercialitzar-lo al municipi, fer-lo present als espais públics i fer-ne difusió a través dels mitjans locals, entre d'altres.	• Sensibilització i conscienciació • Difusió • Reconeixement
 Turisme	Es tracta d'aprofitar el producte local com un reclam turístic més del municipi . Així, impulsar iniciatives i pràctiques on el producte local tenguin un important paper, com fires o mercats, han d'estar enfocades a possibles visitants , ja sigui amb continguts multilingües, informació sobre l'origen i la tradició dels productes o cartells que mostrin l'arrelament i el vincle d'aquests productes amb el municipi.	• Visibilitat • Foment del territori • Promoció de la tradició i cultura • Diferenciació comercial

3. Com identificar i analitzar el producte local del municipi?

Per conèixer el producte local que tenim al nostre municipi, cal identificar una imatge completa del sistema productiu local: què s'hi produeix, qui ho produeix i amb quina capacitat econòmica i operativa ho fa. Identificar tot això és clau per definir posteriorment les polítiques per impulsar el producte local, així com accions concretes per augmentar-ne la visibilitat o sensibilització sobre el producte.



**Identificació
dels productors
locals**



**Identificació del
producte local**



**Anàlisi de la
capacitat
empresarial dels
productors**

3. Com podem conèixer el producte local del municipi?



Identificació dels productors locals

El primer que cal fer per conèixer el producte local d'un municipi o territori és fer un mapa complet d'actors productius, és a dir, de les empreses o individus que produeixen algun tipus d'article al municipi. És important tenir en consideració el tipus de mitjans d'elaboració que empren. No es pot considerar igual un producte local fet amb tècniques centenàries que d'altres que optin per una producció industrial.

Entre els tipus de productors que podem trobar, hi ha:

- Productors agrícoles i ramaders
- Elaboradors agroalimentaris (petits tallers, obradors, cooperatives)
- Artesans alimentaris i no alimentaris
- Microempreses familiars vinculades al territori

Com podem identificar els productors locals?

- Treball de camp i entrevistes directes, i visualització i reconeixement del territori
- A través de les cooperatives agràries i associacions sectorials que representen aquests productors
- [Govern](#) i [registres oficials](#) (DOP, IGP, ecològic)

Coneixes...



Benvingut a pagès

Amb l'objectiu de donar a conèixer la feina de la pagesia a tota la ciutadania, es va crear [Benvingut a pagès](#), una iniciativa en què els productors obren els seus obradors i granges perquè la població pugui veure la feina que fan diàriament. Aquesta iniciativa, impulsada durant tot l'any, pot incloure visites a explotacions ramaderes, zones pesqueres o camps on es recullen fruites, verdures o cereals, entre d'altres.

Coneixes...



Del parc al plat

Els productors i elaboradors del Parc Natural de l'Alt Pirineu es varen unir per formar [Del parc al plat](#), una associació sense ànim de lucre que, apostant per la sobirania alimentària, busca promoure la venda, la visibilitat i la difusió de productors de la zona, al mateix temps que serveix com a mètode per enfortir una xarxa comuna i els vincles amb la població.

3. Com podem conèixer el producte local del municipi?



Identificació del producte local

Saber quins productors específics hi ha ens permetrà, al mateix temps, identificar quins són els productes que es produeixen al municipi o territori, ja siguin tradicionals de la zona o propis de l'illa.

Per cada productor que s'identifiqui, serà necessari tenir clars els aspectes següents:

- Llista de productes concrets
- Estacionalitat (quan es produeix)
- Volum aproximat de producció
- Certificacions (DOP, IGP, ecològic, artesà...)
- Grau de transformació (matèria primera / elaborat / final)

Aquestes dades permeten identificar:

- Productes clau del municipi o la zona
- Productes amb potencial de creixement
- Productes poc visibles, però amb potencial i valor

Coneixes...



**Cuina
volcànica**

Nascuda l'any 1994 a la Garrotxa, el [col·lectiu de cuina volcànica](#) és un grup de restauradors que busquen posar en valor el producte propi de la comarca i crear un nou receptari de la zona que es combini també amb les receptes tradicionals. El col·lectiu està en contacte directe amb productors de la comarca gironina i posen en valor productes com el fajol, el farro, el fesol de Santa Pau o el recuit.

Coneixes...



**La
Gastroteca**

La [Gastroteca](#) és un portal de comercialització pels productes agroalimentaris fets a Catalunya, té l'objectiu de fer-los més visibles, competitius i de fàcil accés als mercats. L'espai web disposa d'una identificació de tots els productes propis catalans, així com dels canals de venda habituals (comerços o obradors) o periòdics (com fires).

3. Com podem conèixer el producte local del municipi?



Anàlisi de la capacitat empresarial dels productors

La identificació dels productors, les seves característiques i els canals de comercialització ens serviran, finalment, per veure quina és la seva capacitat de producció. Així, les diferències que poden tenir respecte a la capacitat de produir volums estables, respondre a les demandes dels consumidors, innovar i comercialitzar de forma directe els seus productes poden ser grans.

Així, entre les variables per analitzar, trobam:

- Dimensió de l'empresa / productor (micro, petita, cooperativa...)
- Capacitat del propi model de negoci
- Capacitat logística i de distribució
- Nivell de professionalització empresarial
- Presència digital
- Estratègia de màrqueting i comunicació
- Mapa de la comercialització

Coneixes...



Col·lectiu de cuina la Ràpita – Delta de l'Ebre

Es tracta d'un grup de restauradors del municipi de la comarca del Montsià i productors de la zona del Delta que s'han unit per promoure el producte de proximitat en l'elaboració de receptes. Més enllà de promoure aquestes tipologies de producte (com arròs, peix o marisc), també promouen activitats com jornades gastronòmiques centrades en diferents productes concrets de la zona.

Coneixes...



Vídeos curts per fer conèixer els productors locals

Entre les múltiples accions de promoció del producte local que es fan a Porreres, una és la creació de vídeos curts dissenyats per a xarxes on els protagonistes són els productors del municipi. Artistes, saboners, pagesos o productors alimentaris ens expliquen perquè es dediquen a la seva professió i el valor de la seva feina.

4. Com podem millorar la visibilitat del producte local?

Perquè el producte local sigui reconegut pels possibles consumidors del municipi, és essencial promoure'n la visibilitat. Les possibilitats de promoció són àmplies, des de l'ús de les xarxes socials fins a la presència en esdeveniments importants de la zona poden ser claus. Aquí deixam un recull d'eines per fer arribar el producte local a tot tipus de població:

Guies, mapes i materials promocionals

- Guia de productors i productes locals del municipi
- Mapes físics i digitals de punts de venda i producció
- Fitxes de productors (qui són, què fan, on es poden trobar)
- Materials adaptats a turisme (idiomes, formats breus i visuals)
- Integració en les webs municipals

Senyalització i presència en l'espai públic

- Senyalització dels punts de venda amb presència de producte local
- Identificació de parades de mercat i comerços amb producte local
- Senyalització de rutes agroalimentàries o productives que es portin a terme en el municipi

Presència en fires, mercats i esdeveniments

- Parades de producte local en fires i festes municipals
- Mercats setmanals amb identificació clara de producte local
- Activitats demostratives als mercats i fires
- Participació activa dels productors en els esdeveniments

4. Com podem millorar la visibilitat del producte local?

Identitat visual del producte local

- Creació d'una marca o segell de producte local
- Creació d'un eslògan comercial que faci referència als productes locals del municipi
- Ús homogeni en materials municipals i punts de venda
- Promoció en comerços i restaurants del municipi

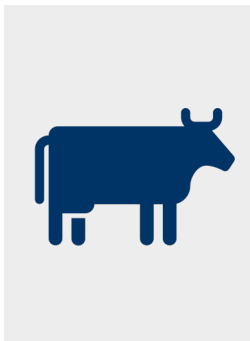
Campanyes locals

- Xarxes socials
- Seccions fixes a l'espai web de l'Ajuntament o canals de notícies locals
- Notícies i reportatges sobre productors locals
- Difusió d'històries amb la identitat i la història dels productors
- Campanyes de divulgació del producte local del municipi

Integració turística i informació al visitant

- Incorporació del producte local a les oficines de turisme
- Materials per a hotels i establiments turístics
- Rutes gastronòmiques i visites a productors
- Difusió de continguts promocionals en diverses llengües i canals turístics

Coneixes...



**Fira de
Ses
Vaques**

Disposar d'una bona imatge visual per difondre el producte local és clau. Un bon exemple és la imatge promocional que ha fet servir la **Fira de Ses Vaques de Campos**, per a l'edició del 2026. La fira, centrada en la venda de llet, formatge i pa ha volgut jugar amb il·lustracions d'aquests productes, acompanyades d'eslògans. Mira'ls [aquí!](#)

Coneixes...



**Fira
de la
Trufa**

A Sòria se celebra cada any la [Fira de la Trufa](#). Més enllà de les activitats que s'hi fan, amb xerrades, cuina en directe, tallers i concursos, l'esdeveniment destaca per la seva visibilitat, ja que disposa d'un espai web propi on es pot consultar la programació, la història i altra documentació pràctica de l'esdeveniment.

5. Com podem millorar la comercialització del producte local?

Els mètodes de comercialització del producte local són variats, amb possibilitats que van més enllà dels formats tradicionals. En aquest sentit, són necessaris espais en què la població i els visitants els puguin consumir i el vegin habitualment, i d'altres que aportin una visibilitat més elevada, com els següents:

Formats tradicionals	Botigues temporals	Fires	Mitjans digitals
El comerç, la restauració i els mercats setmanals són una gran oportunitat de fer del producte local un article de consum quotidià. Es recomana que disposin de: ➤ Zona específica habilitada per a productors o per als seus productes ➤ Cartellera específica que permeti identificar aquells productes fets a l'illa	Un mètode de venda que poden emprar els petits productors és una botiga temporal. Són espais on, de forma temporal, periòdica o rotativa, els productors poden vendre el seu producte de cara al públic. En aquest sentit, estaria bé que cada dia de la setmana un productor diferent vengués els seus productes.	Un dels mitjans més adequats per promoure el producte local són les fires que se celebren arreu del territori mallorquí. Moltes estan directament enfocades en la venda d'un producte local específic i són un bon aparador per als productors. Les possibilitats d'una fira són moltes, i el contacte directe entre productor i client pot promoure la fidelització.	Els nous mitjans digitals s'han posicionat com un dels principals canals emprats pels consumidors. Per impulsar el producte local, els productors haurien de: ➤ Fer servir les xarxes socials i les plataformes de geolocalització ➤ Crear una web que agrupi diversos productors del territori on poder adquirir els productes
			

6. Quines activitats i esdeveniments poden servir per impulsar el producte local?

Per promoure, donar visibilitat i incentivar la venda de producte local, un bon mètode és organitzar esdeveniments i activitats puntuals o periòdiques. Aquí us en deixam un petit recull:

1

[Fires i mercats temàtics]

Arreu de Mallorca se celebren periòdicament fires i mercats en les quals **la presència de producte local és una peça cabdal**. D'aquesta manera, els pobles s'omplen de parades on productors d'una (en el cas de les fires especialitzades) o diverses tipologies d'articles venen de primera mà el seu producte.

Els beneficis d'aquest tipus d'espais són clau:

- La **relació directa amb el client** fa que aquest pugui preguntar aspectes sobre la producció i les característiques del producte.
- El productor pot rebre **valoracions** sobre els productes.
- Són un espai que acostuma a generar una **gran afluència de visitants**, la qual cosa és positiva perquè dona visibilitat als productors i afavoreix la venda del producte.

A més, aquests esdeveniments estan normalment acompanyats d'altres **activitats de caràcter cultural** arrelades al municipi:

- Trobades geganteres o balls tradicional.
- Diferents activitats com concerts, tallers o esdeveniments gastronòmics o educatius.

Coneixes...



**Fira del
pebre bord**

Un bon exemple de **fira** en territori mallorquí és la celebrada a **Felanitx**, dedicada al **pebre bord**. Hi ha una mostra de producte local de KM0, a la qual se li han de sumar exposicions de cotxes, eines antigues, concerts, atraccions firals, balls tradicionals, parades d'artesanía i espais gastronòmics.

Coneixes...



**Fira del
meló**

La Fira del Meló a Vilafranca de Bonany és un exemple de fira en què la majoria de les activitats que s'hi fan estan vinculades a un únic producte: el meló. Una exposició de fotografies de melons mallorquins, un tast de melons o la venda de diferents tipologies d'aquest producte en són alguns exemples.

6. Quines activitats i esdeveniments poden ajudar?

2

Activitats gastronòmiques

Moltes de les fires del territori mallorquí, així com altres activitats fora d'aquesta modalitat comercial, estan definides al voltant de **vectors gastronòmics**. Aquest fet és conseqüència, principalment, de la quantitat de producció agroalimentària pròpia de l'illa, en les quals s'inclouen les **indicacions geogràfiques protegides** i les **denominacions d'origen**.

Però les experiències gastronòmiques poden anar molt més enllà que la simple compra-venda de productes alimentaris:

- **Maridatges i tastos de productes.** Permeten que el consumidor apreciï i conegui en profunditat el producte i els seus matisos. Hi podem incloure els que combinen begudes del territori (com vins) amb algun aliment, o tastos a cegues.
- **Espais de cuina en directe.** Els xefs hi poden mostrar l'elaboració de plats a partir de productes locals.
- **Tallers participatius.** Els consumidors també poden participar en l'elaboració de plats a partir de productes del territori.

Coneixes...



Fira del Vi

Dins del claustre de Sant Domingo, **Pollença** celebra la **Fira del Vi**. En la darrera edició, 37 cellers varen presentar diversos vins, entre els quals alguns amb DOP de Pla i Llevant o de Binissalem. La fira destaca per un tast comentat de vins que s'allarga durant tot el dia, és possible provar-hi les varietats pròpies del territori.

Coneixes...



Fira de l'Albercoc

La **Fira de l'Albercoc** de **Porreres** és un exemple d'activitat centrada en una tipologia de producte. Entre les múltiples activitats que s'hi fan, en podem destacar els tallers de cuina. En la darrera edició, un xef va ensenyar a les famílies a preparar magdalenes amb aquest producte.

6. Quines activitats i esdeveniments poden ajudar?

3

Visites i experiències al territori

Poder tenir **contacte directe amb els mètodes de producció o recol·lecció d'un producte** pot ser una bona manera de connectar els possibles compradors amb el producte.

Així, impulsar **visites i experiències per al consumidor** que el portin més enllà d'una parada o botiga poden ser positives tant per l'**arrelament d'aquests productes en l'imaginari col·lectiu mallorquí** com per generar records inoblidables als visitants de l'illa.

Alguns exemples d'activitats per promoure podrien ser:

- **Rutes guiades** pels camps, cellers o espais de producció dels productes, on els treballadors puguin explicar els seus mètodes d'elaboració.
- **Tallers d'elaboració** fets de primera mà en els obradors.
- **Tasts** de productes a les mateixes finques.

D'aquesta manera, que el consumidor pugui conèixer més de primera mà el producte i les persones que l'elaboren pot generar una connexió directa amb el producte que acabi derivant en la **fidelització**.

Coneixes...



Festa des Verman

Fa quasi 30 anys que a **Caimari** se celebra la **Fira de s'Oliva**, centrada en aquest producte propi de la zona. Entre les múltiples activitats que s'hi organitzen, destaca la visita a un molí tradicional per veure com s'elaborava l'oli d'oliva. També s'exposa, a la fira, maquinària emprada per fer oli.

Coneixes...



Festa des Verman

La **Festa des Verman** a **Binissalem** s'ha posicionat com un referent clau en les fires enfocades en l'enologia. Entre les múltiples activitats que s'hi fan relacionades amb el vi, destaca el concurs de trepitjar raïm, en què, a partir del mètode tradicional d'extracció de most, el grup que aconsegueixi extreure més suc és el guanyador.

6. Quines activitats i esdeveniments poden ajudar?

4

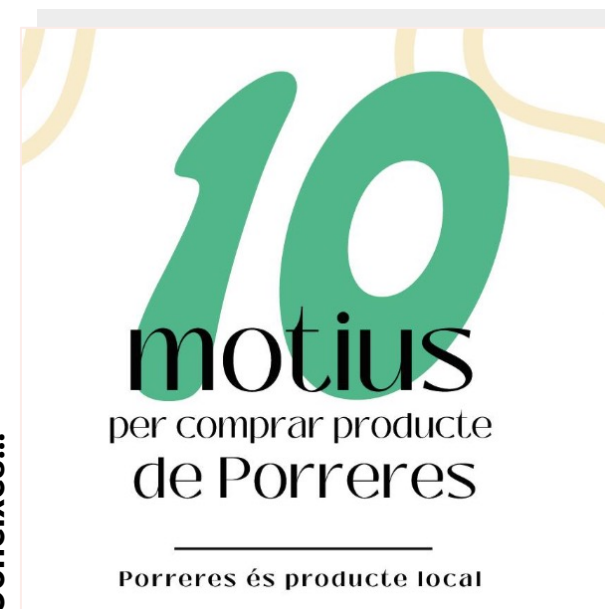
Promoció al comerç i
turisme

Més enllà d'activitats puntuals que es facin al municipi, és clau que els espais on es pugui comprar el producte local en el dia a dia siguin visibles, dinàmics i coneguts pels consumidors. És per això que fer **activitats on comerç i producte local comparteixin espai** pot ser clau per la promoció d'ambdós sectors. Al mateix temps, el producte local pot ser un atractiu més per als visitants del municipi, fet que fa la seva identificació dins del mix comercial clau.

Algunes mesures per impulsar podrien ser:

- Crear un **segell identificatiu** del producte local, col·locat a partir de cartellera o adhesius, fent-lo visible dins dels establiments.
- Un distintiu exterior de les botigues que indiqui que en aquell establiment es ven producte de la zona.
- **Sortejos de paneres** de productes de temporada.
- Esdeveniments en què els productors puguin anar als establiments per presentar els seus productes i fer tastos.
- Fires i activitats de promoció conjunta on comerços i productors locals hi puguin ser presents.
- Cartells promocionals en diverses llengües on s'expliqui l'origen del producte i informació destacable per als visitants.

Coneixes...



La
campanya
«10
motius»

Per impulsar la visibilitat del producte local i la competitivitat dels comerços i productors, l'Ajuntament de Porreres ha iniciat una campanya per dinamitzar aquests sectors i promoure un consum més responsable entre la població.

El projecte compta amb diverses accions de comunicació i sensibilització, entre les quals tot un seguit de material gràfic a disposició dels comerciants. Un d'ells és la cartellera «10 motius per comprar producte de Porreres», s'han escollit un conjunt de 10 paraules (com «proximitat», «territori» o «qualitat») que expliquen perquè el comerç i el producte del territori és important. Uns cartells amb aquests mots es pengen a les xarxes de «Porreres és producte local», on s'hi poden trobar també entrevistes amb productors del municipi

6. Quines activitats i esdeveniments poden ajudar?

5

Activitats educatives

Per promoure que la població consumeixi producte local, és essencial que estigui **conscienciada** de la seva importància. Aquest fet passa per **educar la ciutadania en els valors i avantatges del producte local**. Per fer-ho, és clau promoure activitats de conscienciació que puguin englobar tots els públics:

- **Públic jove:** activitats als centres escolars que connectin els infants amb els mitjans de producció i comercialització local, com visites a mercats, comerços, camps o obradors, així com també altres activitats com visites als centres de productors de proximitat o tallers on els nins puguin provar d'elaborar el producte (ceràmica, cuina, etc.).
- **Públic familiar:** activitats per a tota la família, com la promoció de receptes de cuina fàcils i senzilles amb productes de proximitat i temporada, així com activitats culturals (teatre, jocs) on es posi en el centre el producte de proximitat.
- **Públic adult:** accions educadores més enfocades a un públic adult, com xerrades sobre alimentació saludable.

Coneixes...



Fira del Fang

Cada any, **Marratxí** celebra la **Fira del Fang**, uns dies en què el municipi s'omple de ceramistes i productes fets amb aquest material. Destaca la gran quantitat de tallers enfocats en el tractament del fang, en què gent de tots els públics pot provar el torn o el rakú.

Coneixes...

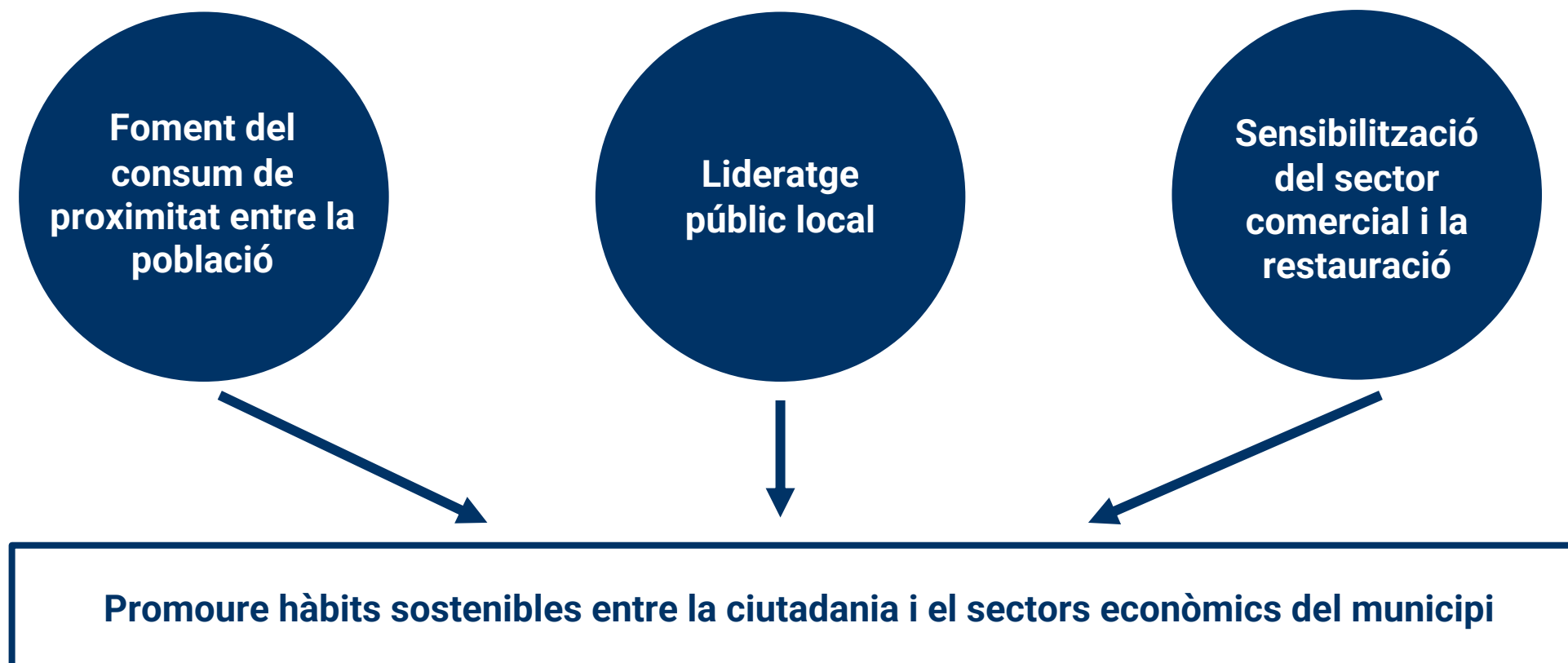


Fira de la Carabassa

A **Muro** se celebra cada tardor la **Fira de la Carabassa**, enfocada en la venda i promoció d'aquest producte. Aquest esdeveniment és ple d'iniciatives que vinculen el producte amb els infants: tallers de decoracions de carabasses, lectura de contes sobre la verdura o el joc de tragar carabasses en serien alguns exemples.

7. Com fomentar la sensibilització i el consum local?

Per incentivar la compra de producte local entre la població, no n'hi ha prou amb organitzar activitats i esdeveniments. És essencial que el possible consumidor conegui els avantatges de consumir producte de proximitat i, per això, cal promoure accions de sensibilització i conscienciació de la compra local.



Coneixes...



Fira Arrels

La **Fira Arrels**, a **Es Mercadal**, és una de les fires de referència de Menorca. L'esdeveniment, sota el lema «Es sabors que ens uneixen» vol ser un espai dedicat a la gastronomia, el producte local i les persones productores. L'espai presenta tota una selecció de productors que ofereixen els seus productes, així com activitats com demostracions de cuina, tallers i xerrades que permeten als visitants aprofundir en la cultura gastronòmica de l'illa.

7. Com fomentar la sensibilització i el consum local?

Foment del consum de proximitat entre la població

Serà necessari fer conèixer a la població la importància de consumir producte de proximitat.

Aquest fet pot venir donat a partir de:

- Campanyes de comunicació on es parli dels seus beneficis.
- Activitats ja presentades, com fires o mercats.



Lideratge públic local

Perquè la població consideri el producte local com un element cabdal del municipi, serà necessari que les administracions públiques promocionin el producte local...

- Prioritzar la compra pública de proximitat.
- Donar suport i acompanyament a les campanyes dels productors locals.



Sensibilització del sector comercial i la restauració

Perquè el client pugui tenir accés al producte, caldrà que aquest es trobi disponible en llocs propers, com restaurants o comerços. Serà important conscienciar aquests sectors dels avantatges que treuen de vendre aquests productes, com un segell de qualitat o, en alguns casos, d'exclusivitat.



Impuls de pràctiques sostenibles

El consum de producte local va directament lligat amb el foment d'una compra més responsable amb el medi ambient, a partir de moltes varietats de producte ecològic, fet a zones properes i, per tant, que no implica un gran transport i, normalment, que usa tècniques tradicionals i sostenibles.

Coneixes...



Fira de la Mel

A Llubí se celebra cada any la **Fira de la mel**, un esdeveniment que aplega apicultors i productors de mel de l'illa que venen el seu producte. A més de tastos de producte, la fira destaca pel seu component educatiu. En la seva darrera edició, es varen impulsar taules rodones, una exposició sobre la història de la fira i una caminada verda, que consistia en la neteja de camins del municipi.

8. Com fomentar la col·laboració entre agents?

Fins ara, hem vist la importància d'organitzar accions que facin visible el producte local. Però, per impulsar-les i fer-les sostingudes en el temps, és necessari crear un espai de treball entre les parts implicades, establint un model que permeti coordinar actors, definir estratègies per seguir i aconseguir els objectius comuns de les parts.

1

Identificar els agents implicats

Abans de crear cap espai de treball compartit, serà necessari identificar tots els agents que poden estar involucrats en la producció local o en la seva distribució. Alguns exemples poden ser associacions de productors i pagesos, cooperatives agràries i ramaderes, associacions de comerciants...

2

Crear un grup de treball del producte local

Per promoure espais de difusió i comercialització del producte de proximitat, es proposa crear una taula de treball on tinguin cabuda tots els actors implicats en l'organització de les activitats. D'aquesta manera, tota la cadena de valor que envolta al producte local ha d'estar representada, fet que pot incloure altres sectors com el turístic o el cultural, entre d'altres.

Quines han de ser les funcions del grup de treball?

- Definir les línies que se seguiran per promoure el producte local.
- Construir ponts de diàleg entre agents (productors, comerç i ciutadania).
- Potenciar la connexió entre el sector productiu, comercial i de la restauració, entre d'altres.
- Detectar necessitats i oportunitats del sector.
- Impulsar la sensibilització entre la població.
- Fer seguiment i avaluació de les accions desenvolupades.

Quin ha de ser el rol de l'Ajuntament?

Serà necessari que el consistori local ajudi a articular la col·laboració entre els agents en la taula de treball, promovent i proposant mesures que incentivin el treball compartit entre sectors, al mateix temps que ofereix confiança i acompanyament per promoure les iniciatives que el sector veu com a positives.

9. Com impulsar la comunicació digital del producte local?

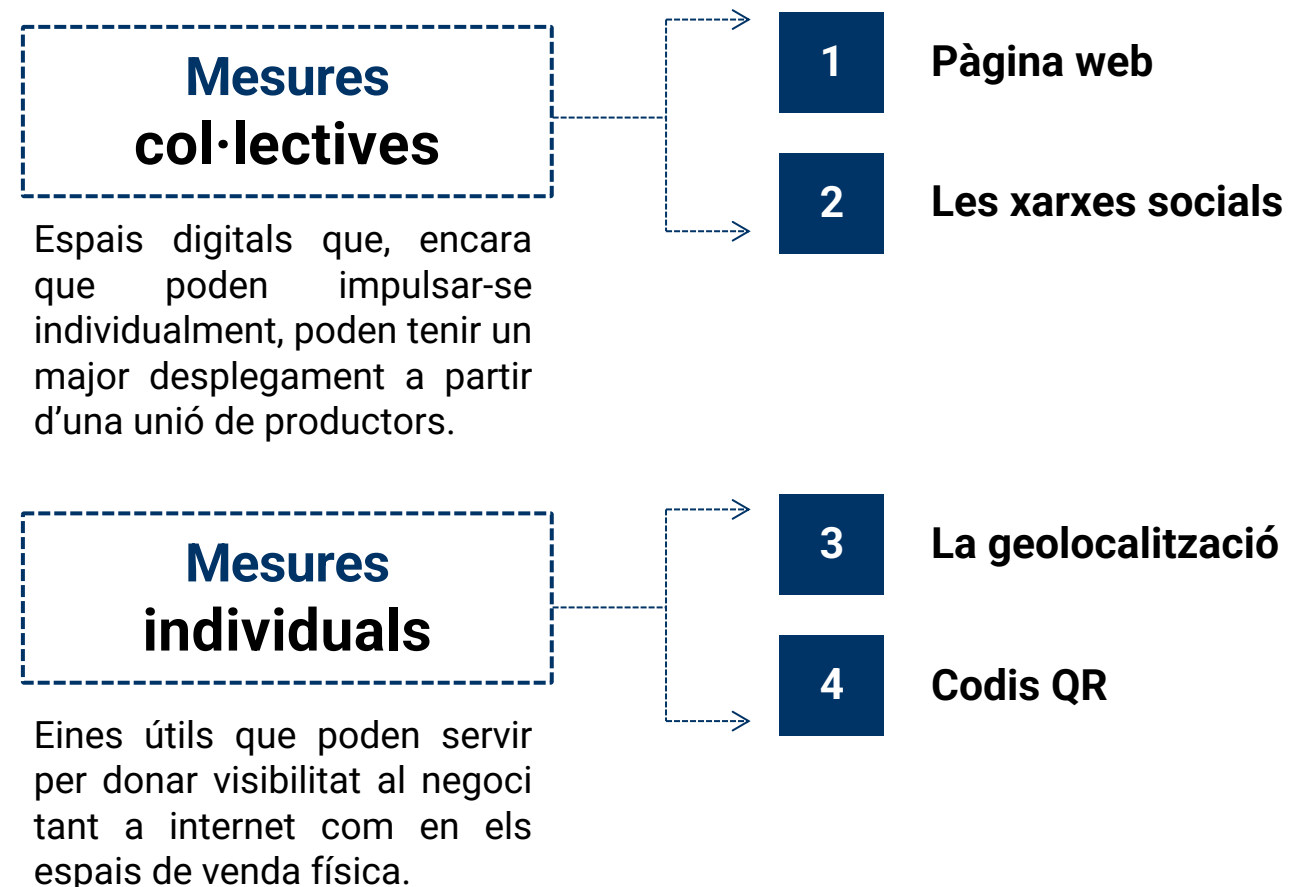
Actualment, la introducció de les noves tecnologies digitals ha afectat molts aspectes de la nostra vida, inclosa la manera de consumir de la ciutadania. En aquest apartat, veurem com els productors locals les poden aprofitar com un aparador de la seva feina i producte.

Encara que el producte local vagi directament vinculat amb criteris de proximitat i la seva venda ha anat històricament lligada a formats tradicionals com el petit comerç, els mercats setmanals o les fires, és important que el sector no es quedi enrere davant dels canvis.

Els mitjans digitals poden ser un important aparador per donar visibilitat al producte ofert i també, segons la seva tipologia, per vendre'l. Això pot permetre un nou canal de venda directa als productors, fet destacable especialment per als qui no disposen d'un espai físic de cara al públic.

En aquest sentit, l'ús de les tecnologies digitals és un procés que requereix temps i dedicació, però que, sens dubte, esdevindrà un dels reptes més importants perquè un producte local pugui ser més competitiu i afrontar el futur amb més garanties d'èxit.

Quines eines digitals es poden utilitzar per promoure i fer més visible el producte local?



9. Com impulsar la comunicació digital del producte local?



La pàgina web

Descripció

Les pàgines web són un espai on poder difondre tota la informació que es vulgui relativa al producte local i al negoci, com la seva història, el mètode d'elaboració, la varietat oferida, un formulari de contacte i, si es vol, un servei de venda en línia.

Per la seva complexitat, i per fer més visible i fàcil la seva difusió, un portal comú amb altres productors pot guanyar visibilitat més fàcilment.

Principals característiques

- | **La inversió és mitjana.** Caldrà contractar un professional que pugui desenvolupar l'espai web, així com fer-ne el manteniment.
- | **El temps de dedicació és mitjà-baix.** Segons el tipus de web que es vulgui impulsar, la dedicació serà baixa (si només volem que serveixi d'aparador) o més alta (si es permet la compra en línia).
- | **La dificultat tècnica és mitjana.** Serà necessari tenir certs coneixements d'ofimàtica per fer-ne el manteniment.



Les xarxes socials

Descripció

A l'hora de donar visibilitat als productes, les xarxes socials són un espai immillorable per **promoure la relació amb les persones consumidores.**

Si bé és cert que les xarxes socials poden ajudar a vendre, per damunt de tot, són **espais que es poden aprofitar per compartir continguts sobre informació, idees i recomanacions pel que fa als productes** que s'ofereixin, així com estratègies per atraure clients, com sortejos.

Principals característiques

- | **La inversió és molt baixa.** Ser present a les xarxes socials no té cap cost econòmic directe, sempre que no es contracti publicitat (la qual depèn del pressupost que se li vulgui donar).
- | **El temps de dedicació és mitjà.** La gran quantitat d'hores que les persones passen a les xarxes socials fa que, quan un productor o grup de productors decideix ser-hi present, hagi de mantenir la presència amb una certa constància.
- | **La dificultat tècnica és baixa.** El disseny intuïtiu de les xarxes socials fa que siguin plataformes fàcils d'usar, tot i que cal certa pràctica per familiaritzar-s'hi.

9. Com impulsar la comunicació digital del producte local?

 La geolocalització	Descripció Les aplicacions de geolocalització permeten que les persones puguin trobar la ubicació exacta de la botiga o obrador dels productors, així com informació sobre horaris, contacte o imatges. Són eines pensades per facilitar la compra als clients.	Principals característiques La inversió és molt baixa. Temps de dedicació és baix. La fitxa s'ha d'actualitzar cada cop que hi hagi canvis o s'hi vulgui incloure informació. Es poden respondre ressenyes de compradors. La dificultat tècnica és baixa.	Descobreix... Escaneja aquest codi i descobreix! 
 Codis QR	Descripció Un codi QR és un codi de barres que la clientela pot llegir a través de la càmera del seu dispositiu mòbil. En cas que es disposi d'una web pròpia, aquests poden servir per donar-li visibilitat, així com difondre informació, documents o imatges específiques que es vulgui ensenyar a la clientela en el punt de venda directament.	Principals característiques La inversió és molt baixa. El temps de dedicació és baix. Un cop creat, el codi QR pot requerir revisió per assegurar que segueix vigent i funcionant. La dificultat tècnica és baixa.	Aprèn a... Fer el teu propi QR: en aquesta pàgina web, podreu crear el vostre QR de forma gratuïta 

Temps d'aprenentatge

Repàs d'alguns dels conceptes mostrats en la guia, així com un resum final amb les principals conclusions

10. Temps d'aprenentatge

Un cop finalitzada la lectura de la guia, és important que abans de prendre mesures per promocionar el producte local del vostre municipi, busqueu donar resposta a les preguntes següents:

1	Quines característiques hem de tenir en compte per considerar un producte «local»?	▪ Cal no només quedar-nos amb el lloc de procedència, sinó que també és necessari avaluar les tècniques d'elaboració emprades, si és o no un producte tradicional de la zona o, en cas de ser un producte elaborat, l'origen de les matèries primeres.
2	Quines són algunes de les tipologies de producte local que podem trobar a l'illa?	• Hi podem trobar artesanía, producte alimentari fresc i elaborat. En aquest darrer hi podem incloure alguns amb DOP, com els vins de Binissalem i Pla i Llevant o l'oliva, l'oli i el pebre bord de Mallorca.
3	Quins motius, més enllà del benefici econòmic, cal destacar del producte de proximitat?	▪ El producte de proximitat acostuma a estar arrelat a la identitat, vida social i història d'un territori o municipi. De la mateixa manera, aporta un valor afegit que pot ser atractiu turísticament, entre d'altres.
4	Per què és important promoure la comercialització del producte local més enllà de la venda directa?	▪ Espais com les fires o els mercats setmanals, el comerç o la restauració poden donar visibilitat al producte local i obrir-lo a nous canals de comercialització.

10. Temps d'aprenentatge

5	Quin tipus d'actuacions podria promoure un Ajuntament per incentivar la compra de producte local?	▪ Accions de sensibilització i educació de la població sobre la importància del producte local, promoure'n la visibilitat a partir d'una marca comercial o promoure la compra pública de producte de proximitat en serien alguns exemples.
6	De quina manera podem identificar els productors i productes locals del nostre municipi?	▪ A partir de consultar les llicències d'activitats, col·laborar amb cooperatives i associacions sectorials o consultant els registres oficials de DOP o IGP, podem identificar els productors i, posteriorment, la tipologia de productes que elaboren.
7	Quins poden ser els canals de comercialització habituals del producte local?	▪ Els productors poden vendre el seu producte a través de la venda directa, els mercats, els comerços i la restauració, o a través d'altres mitjans com plataformes digitals.
8	Quines són algunes iniciatives per fer el nostre producte més visible?	▪ Hem vist com fer visible el producte local a l'espai públic: impulsar la creació de guies, fer-lo present a les fires o mercats i aprofitar els nous mitjans de difusió digital en poden ser alguns exemples.
9	Quins avantatges aporten les fires i mercats per difondre i vendre el producte local?	▪ Les fires i mercats són espais on acostuma haver-hi grans quantitats de visitants i on el productor pot presentar directament el producte al comprador, resolent dubtes i obtenint retorn i comentaris.

10. Temps d'aprenentatge

10	Quin tipus d'activitats gastronòmiques es poden impulsar per promoure el producte local?	Organitzar tastos i maridatges de productes mallorquins, així com tallers on la població pugui aprendre a elaborar plats amb aquests productes poden ser bones opcions.
11	Per què és necessari promoure sinergies entre el sector comercial i el productiu?	El comerç local pot ser un important aparador del producte local, al mateix temps que aquests articles serveixen com a indicador de qualitat i proximitat dels minoristes.
12	Com es poden sensibilitzar diversos públics sobre la importància de consumir producte local?	Hem vist com és possible promoure accions que consciencien tot tipus de públics: tallers i jocs per a infants i famílies o xerrades sobre nutrició per als més grans en serien alguns exemples.
13	Quins avantatges aporta el producte local per a la sostenibilitat del municipi?	Més enllà del seu impacte econòmic, el producte local implica també una reducció de les emissions conseqüència de la proximitat, així com tècniques sostenibles i ecològiques que segueixen les indicacions europees.
14	Per què ens pot servir crear un grup de treball del producte local?	Un grup de treball conformat per tots els agents implicats en la producció, comercialització i visibilitat del producte local ens pot servir per detectar necessitats i oportunitats del sector i impulsar mesures de forma conjunta i eficient, entre d'altres.

11. Quadre resum

Finalment, i en forma de resum, un cop vist tot allò que cal tenir en compte per impulsar el producte local del vostre municipi, us presentam els quadres següents. Hi podreu veure aspectes per millorar de la promoció del producte local i cap on tendeix. En quin punt es troba el vostre municipi?

Mala gestió de les polítiques de promoció del producte local

Manca d'una eina de col·laboració conjunta de debat entre productors, comerços, restauradors i òrgans públics, entre d'altres agents destacats.
Manca d'imatge i marca compartida que permeti identificar els productors d'un municipi o zona.
Un consumidor que no té un accés fàcil al producte local, amb manca d'espais quotidians de venda.
No hi ha conscienciació de la ciutadania ni dels canals de comercialització (com comerços o restaurants) de la importància de consumir i oferir producte de proximitat.
No es disposa de dades ni censos sobre l'activitat productiva que es fa al municipi ni dels productes locals que s'hi produeixen.



Visió de futur de la promoció del producte local

Disposició d'una taula de treball on els diferents agents de la cadena de valor puguin identificar les necessitats del sector i promoure iniciatives conjuntes.
Una marca compartida del producte del territori, que serveixi per millorar-ne la visibilitat.
Un producte local que és accessible i identificable per la població , a partir de comerços, mercats i restaurants.
Una població que, a partir de campanyes, ha quedat conscienciada de la importància de consumir localment i dels seus avantatges, com la sostenibilitat o l'impuls econòmic de la zona.
Un municipi que té identificat i coneix el producte de la zona , així com els productors que l'elaboren.

11. Quadre resum

Mala gestió de les polítiques de promoció del producte local

Productors locals que no reben suport ni s'està adaptant a aspectes clau per a la competitivitat actual (com la digitalització o les pràctiques sostenibles).
Fires que no posen en valor la importància del producte local, tractant-lo com un article més de venda.
Ajuntaments que no prioritzen la compra pública de proximitat.
Manca d'activitats per promoure el producte local a través d'experiències, activitats gastronòmiques o a les escoles, incentivant-ne el consum entre la societat.
Fer projectes i campanyes per promoure el producte local sense definir clarament els objectius.



Visió de futur de la promoció del producte local

Productors locals que han anat incorporant les noves tecnologies i canals de consum en la gestió del seu negoci i en el contacte amb el client.
Fires centrades en el producte local proper a un municipi o de l'illa, on més enllà de la venda del producte s'hi facin tallers, tastos o xerrades.
Ajuntaments que coneixen als productors locals i els prioritzen en la compra pública .
Promoció d'activitats que aportin noves experiències als compradors del producte local.
Impuls de projectes amb un major control en les fases de planificació, seguiment i avaluació .

Guia de suport

Promoció del producte local de Mallorca
